

中小银行理财扎堆“过中秋” 长期固收类产品唱主角

中秋假日期间,记者通过走访银行网点、电话咨询、App查询等多种方式了解到,相较往年,今年诸多大型银行对推出“中秋档”理财产品的热情不高,而地方性中小银行则出于积极揽储的目的较为积极。综合来看,已经推出的“中秋特供”理财产品类型以固定收益类为主。



网络图片

A 以固定收益类产品为主

中国理财网显示,截至9月12日,在售的中秋专享理财产品共7只,均为固定收益类产品。其中,工银理财及农银理财共推出了3只“中秋特供”理财产品,分别是工银理财·鑫享私银尊享固定收益类封闭式净值型理财产品(中秋专属22GS6870)、工银理财·鑫享固定收益类封闭式净值型理财产品(中秋专属22GS5610)以及农银理财“农银匠心·灵珑”ESG主题第10期人民币理财产品(团聚中秋)。从产品期限类型来看,分别为3个月至6个月、3个月至6个月、1年

至3年,投资性质为固定收益类。

记者通过多渠道梳理发现,大型银行对推出“中秋特供”理财产品的态度较淡。多数大型银行在中秋节更偏向于推出符合节日氛围的礼物及满减活动。“资管新规出台之后,大型银行机构对于节日理财产品发行的热度下降。”星图金融研究院研究员黄大智分析称,资管新规后,监管层面出台了一系列规定,包括理财产品销售及金融消费者权益保护等方面,还要求理财产品宣传要讲究适当性。

B 中小银行较为积极

不过,不少地方性中小银行对于中秋专属理财活动显得较为积极。上述7只在售的中秋专享理财产品中,其余4款“中秋特供”理财产品均为地方性中小银行推出,包括华融湘江银行的融智理财富盈系列(净值型)22067号理财产品(中秋节专属)、长春发展农商银行的“发展财富系列”2022140期(中秋特供款)、乌鲁木齐银行的金雪莲系列封闭式净值型理财产品2022年第60期中秋节专享、浙江临安农村商业银行股份有限公司的丰收信福2022年第123期封闭式净值型人民币理财产品(中秋特别款)。综合来看,中小银行推出的中秋理财产品业绩比较基准普遍在3%至4.6%之间,且投资期限均较长。

此外,记者梳理发现,不少中小银行推出了中秋专属理财活动。例如,阜新银行推出的2022年第111期中秋专属理财,投资期限为365天,业绩比较基准4.05%;重庆银行公布的

中秋理财日历显示,长江精益人生净值型9个月定开2022年第4期产品,起购1万元,业绩比较基准3.80%至4.60%,周期为280天;张家港农村商业银行推出的金港湾瑞享12号B款,1万元起投,业绩比较基准为3.18%,投资天数为364天。

易观分析金融行业高级分析师苏筱芮对记者表示,“目前中小银行在拓展多元化收入方面持续探索,从这个角度来看,中小银行就理财产品开展节日营销,正是其锐意进取的一种折射。”另外值得关注的是,中秋理财产品难觅超短期产品。投资者张先生表示,“我在线上线下问了不少银行,超短期中秋理财产品很难找到。”对此,苏筱芮表示,超短期理财产品难觅并非没有需求,而是来自于供给端,一方面是由于其流动性管理难度较大,另一方面则是机构响应监管、加速现金管理类理财产品整改的表现。”

(据《证券日报》)

首届“中国银行杯”宁夏“马瑟兰”酿酒大师邀请赛启动



入选参赛酿酒师合影

9月12日,第二届宁夏贺兰山东麓国际葡萄酒大赛颁奖仪式暨首届“中国银行杯”宁夏“马瑟兰”酿酒大师邀请赛启动仪式在永宁县闽宁镇贺兰红酒庄举办。

本次比赛共收到来自16个国家、43个产区的797款葡萄酒参赛,邀请国内外25位评委,采用盲品法,隐去葡萄酒品牌、产区等信息,由评委通过观色、气味、品尝等步骤进行品

评。比赛共评出224款获奖酒款,大金奖12款、金奖80款、银奖132款,其中宁夏贺兰山东麓葡萄酒产区荣获大金奖10款、金奖62款、银奖100款。

据了解,首届“中国银行杯”宁夏“马瑟兰”酿酒大师邀请赛是国内首个葡萄酒单一品种酿造专业赛事,旨在通过“马瑟兰”葡萄品种在宁夏贺兰山东麓产区的优异表现,填补中国没有国际代表品种的空白。本次活动由宁夏贺兰山东麓葡萄酒产业园区管理委员会主办,中国银行宁夏分行独家冠名。

中国银行宁夏分行行长肖达表示,中国银行宁夏分行将以此次冠名为契机,围绕自治区“六新六特六优”产业,不断强化产品服务创新,加大服务实体经济发展力度,向葡萄酒产业客户提供精准金融服务,切实为推动宁夏葡萄酒产业高端、绿色发展贡献金融力量。

(季正 文/图)

平安人寿宁夏分公司开展『金融知识普及月 金融知识进万家』活动



活动现场。

为切实提升社会公众金融素养,有效防范化解金融风险,营造清朗金融网络环境,由中国人民银行、中国银保监会、中国证监会、国家网信办联合开展的2022年金融知识普及月活动于9月拉开帷幕。平安人寿宁夏分公司成立了金融知识普及月领导小组,对宣传工作方案和各阶段的实施成果进行审核、评估,追踪分支机构宣传教育工作,取得了很好的宣传效果。

为增强宣传效果,扩大宣传覆盖范围,平安人寿宁夏分公司采用多渠道、多形式的宣传模式,充分利用报纸、海报、宣传折页等传统媒体以及微信公众号等新媒体,对“新市民”内涵及行为指南、提升金融素养、生活中的金融常识、防范保险销售误导、防范代理退保等金融知识进行普及宣传,增强全民识别风险和自我保护的能力,提升其维护自身合法权益的意识及能力。平安人寿宁夏分公司还将开展“金融知识进校园、进社区”活动,关注一老一少宣传活动。在活动期间,工作人员发放宣传折页、解答社区居民和同学们的疑问,围绕消费者普遍关心的热点问题,开展保险知识普及和风险提示,提高居民识别和防范风险的技能,引导居民合理选择保险服务,维护自身的合法权益。

(方海鹰 文/图)

中国平安
PING AN

专业·价值